



Pengaruh Penggunaan Layanan Electronic Channel (Muamalat Din) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Karawang

Herlita Dwi Lestari¹, Eman Sulaeman²

Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2}

Received: 05 September 2025
Revised: 17 September 2025
Accepted: 28 September 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan e-channel yang tersedia di Bank Muamalat cabang Karawang. Metode yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang memberikan gambaran mendalam tentang persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan tersebut. Studi ini melibatkan pengumpulan data dari responden yang aktif menggunakan layanan e-channel di cabang Karawang melalui kuesioner yang dirancang khusus. Kuesioner ini bertujuan untuk mengukur aspek-aspek kepuasan pelanggan seperti kemudahan penggunaan, ketersediaan layanan, kecepatan transaksi, dan responsivitas layanan pelanggan. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa layanan e-channel Bank Muamalat cabang Karawang memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses, kecepatan layanan, dan kualitas interaksi dengan layanan pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi Bank Muamalat untuk meningkatkan layanan e-channel mereka guna lebih memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bank terus mengembangkan teknologi e-channel dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak nasabah. Studi ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap layanan e-channel di Bank Muamalat cabang Karawang, tetapi juga memberikan rekomendasi konkrit untuk perbaikan dan pengembangan ke depannya guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

Kata Kunci: E-Channel, Bank Muamalat, Kepuasan Pelanggan.

(*) Corresponding Author:

2110631020016@student.unsika.ac.id, eman.sulaeman@staff.unsika.ac.id

How to Cite: Lestari, H., & Sulaeman, E. (2025). Pengaruh Penggunaan Layanan Electronic Channel (Muamalat Din) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(10.D), 236-242. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11806>

PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini, bank-bank di Indonesia semakin mengadopsi Electronic Channel seperti Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking (Handayani & Anitasari, 2022). Penerapan teknologi ini tidak hanya memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara elektronik melalui internet, tetapi juga mengurangi waktu antri di teller atau layanan pelanggan. Melalui Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking, nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara fleksibel, aman, dan menjaga kerahasiaan informasi transaksi mereka. Industri perbankan, yang menawarkan produk-produk serupa dengan tingkat bunga sering kali menjadi satu-satunya pembeda antara bank-bank, menuntut bank untuk menciptakan nilai tambah lainnya guna membedakan diri di pasar yang kompetitif.

Keberhasilan jangka panjang sebuah bank sangat tergantung pada kesetiaan pelanggan, yang dapat diperoleh dengan mendorong minat pelanggan dalam menggunakan produk dan layanan perbankan serta membangun hubungan yang erat antara bank dan nasabah (Hayati & Siregar, 2019). Di tengah persaingan ketat di industri perbankan, khususnya dalam layanan internet banking yang kompetitif, bank harus menawarkan layanan yang andal dan berkualitas tinggi. Menurut Menne (2023) Industri perbankan tidak hanya berperan sebagai pendorong ekonomi nasional dan global, tetapi juga memainkan peran penting dalam memastikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah menjadi kunci bagi bank untuk mempertahankan posisinya di pasar yang semakin kompetitif.

Perkembangan pesat teknologi digital memberikan dorongan besar bagi perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Transformasi digitalisasi menjadi esensial bagi perbankan untuk memenuhi harapan nasabah akan kecepatan, kemudahan, fleksibilitas, kenyamanan, dan ketersediaan layanan 24 jam. Sistem informasi merupakan kumpulan prosedur yang terorganisir untuk mengelola data guna mencapai tujuan organisasi (Sidh, 2013).

Keamanan sistem informasi menjadi aspek krusial yang harus dijaga untuk melindungi data dan operasional sistem dari berbagai ancaman di era di mana ancaman terhadap keamanan informasi semakin meningkat, termasuk dari serangan Cyber Crime melalui media sosial dan internet (Rathore et al., 2017). Oleh karena itu, penting bagi sektor perbankan untuk memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa layanan internet banking yang mereka tawarkan aman dari ancaman tersebut. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan nasabah serta kepuasan mereka dalam menggunakan layanan electronic channel, dan dengan demikian mengurangi kemungkinan mereka untuk beralih ke bank lain. Bank perlu terus berinovasi dengan mengembangkan fitur-fitur baru dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan electronic channel. Dengan menganalisis data yang dikumpulkan dari transaksi nasabah, bank dapat menyediakan layanan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan individu (Syakarna, 2023).

Menurut Jauhariyah et al., (2020) Keberhasilan bank dalam menjaga keamanan sistem informasi dan menyediakan layanan yang handal akan meningkatkan reputasi mereka di mata nasabah serta memperkuat posisi mereka di pasar secara keseluruhan. Inovasi terus-menerus dalam pengembangan teknologi dan layanan merupakan kunci utama untuk memenuhi ekspektasi nasabah dan menjaga daya saing di pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Dalam konteks penerapan Electronic Channel (E-Channel) terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Cabang Karawang, integrasi teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan dalam memperluas aksesibilitas dan meningkatkan kualitas layanan perbankan. E-Channel seperti Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking telah secara substansial mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi secara elektronik tanpa perlu mengunjungi kantor cabang secara fisik. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka tetapi juga mengurangi ketergantungan pada layanan teller tradisional, sehingga mengoptimalkan waktu dan meningkatkan kenyamanan nasabah. Bank Muamalat Karawang, dalam mengadopsi E-Channel, telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya. Dengan memanfaatkan Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking, nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara fleksibel, aman, dan terjamin kerahasiaannya (Suwarjono, 2022). Ini tidak hanya mencakup kemampuan untuk melakukan transaksi finansial kapan pun dan di mana pun,

tetapi juga menawarkan berbagai fitur tambahan seperti pembayaran tagihan, transfer dana, dan layanan notifikasi transaksi yang mempermudah pengelolaan keuangan sehari-hari.

Kepuasan nasabah menjadi fokus utama dalam strategi implementasi E-Channel ini. Bank Muamalat Karawang berusaha untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyediakan tata kelola teknologi yang canggih dan layanan pelanggan yang responsif. Dengan memastikan aksesibilitas yang mudah dan keamanan yang tinggi, bank tidak hanya membangun kepercayaan nasabah tetapi juga meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan perbankan digital yang disediakan. Di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat, adopsi E-Channel juga menjadi strategi penting bagi Bank Muamalat Karawang untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang dinamis. Kemampuan untuk berinovasi dan terus mengembangkan fitur-fitur baru dalam E-Channel menjadi kunci untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin tinggi terhadap kemudahan akses, kecepatan, dan keamanan dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, transisi menuju E-Channel juga memberikan manfaat bagi bank dalam hal efisiensi operasional. Dengan mengurangi jumlah transaksi yang dilakukan secara konvensional di kantor cabang, bank dapat mengalokasikan sumber daya lebih efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan pelayanan kepada nasabah.

Secara keseluruhan, implementasi Electronic Channel oleh Bank Muamalat Cabang Karawang tidak hanya menggambarkan komitmen mereka untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, tetapi juga membuka peluang baru dalam memperkuat hubungan dengan nasabah. Dengan terus mengembangkan teknologi dan menyediakan solusi perbankan digital yang inovatif, bank siap menghadapi tantangan masa depan dan memenuhi harapan nasabah untuk layanan perbankan yang lebih baik dan lebih nyaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data primer diperoleh dari nasabah melalui jawaban kuesioner yang didistribusikan. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan menjelaskan kondisi topik penelitian yang sebenarnya berdasarkan data dan fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan (Salis et al., 2024).

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, dengan pengambilan sampel dari populasi melalui metode simple random sampling. Sugiyono (2005) mendefinisikan Simple Random Sampling sebagai metode pengambilan sampel yang sederhana dan umum digunakan. Simple random sampling adalah metode pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan karakteristik dalam populasi, di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Firmansyah, 2022). Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada seluruh nasabah di Bank Muamalat Cabang Karawang dan menghasilkan 50 responden sebagai sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang dibuat terdiri dari 16 pernyataan yang mencakup dua konstruk, yaitu 10 pernyataan mengenai layanan e-channel di Bank Muamalat dan 6 pernyataan mengenai kepuasan pelanggan. Kuesioner ini dibuat menggunakan Google Forms dan dibagikan kepada seluruh nasabah di Bank Muamalat Cabang Karawang. Dari kuesioner yang disebar, sebanyak 50 di antaranya kembali dengan isian yang lengkap.

Uji Validitas

Tabel 1.
Uji Validitas

Variabel	Skala	Tingkat Sig.	Keterangan
X	0,05	0,01	Valid
Y	0,05	0,01	Valid

Sumber: Diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen terbukti valid. Validitas ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi variabel-variabel tersebut, yang memenuhi persyaratan uji validitas, dengan nilai signifikan 0,01 yang berada di bawah ambang batas 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 2.
Uji Realibilitas

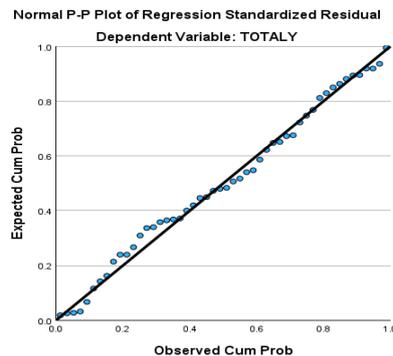
Skala	Cronbach Alpa	Keterangan
0,60	0,922	Realibel

Sumber: Diolah penulis, 2024

Dengan memperhatikan skor yang diperoleh dari semua variabel, dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,922 yang melampaui batas minimum 0,60, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut konsisten dan dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

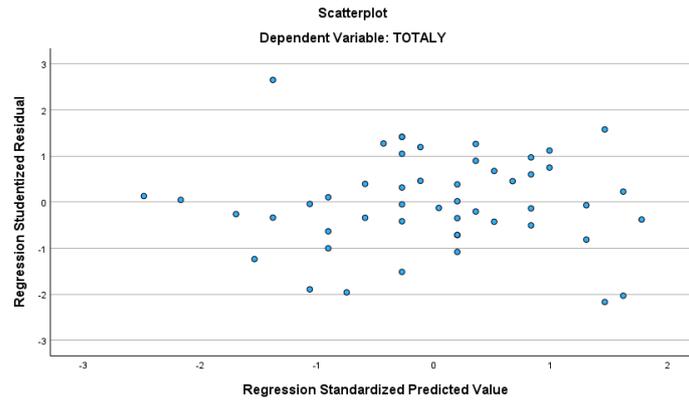
Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Mengacu pada diagram yang disajikan di atas, terlihat bahwa garis tersebut berada di area yang lurus, menunjukkan bahwa data yang diuji memenuhi kriteria normalitas. Garis lurus ini menunjukkan bahwa distribusi data sesuai dengan pola distribusi normal, yang merupakan prasyarat penting dalam berbagai analisis statistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini normal.

Uji Heteroskedasitias



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Pola yang tidak teratur dalam penyebaran titik-titik pada diagram penyebaran menunjukkan kemungkinan adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini didukung oleh hasil uji statistik yang signifikan terhadap heteroskedastisitas, yang menegaskan bahwa variabilitas residual bervariasi sepanjang nilai-nilai prediktor.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3.
Uji Parsial

Variabel	Skala	Tingkat Sig.
Layanan E-Channel (X)	0,05	0,01

Sumber: Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan pengujian hipotesis uji parsial, bahwa didapatkan nilai signifikan $0,01 < 0,05$ yang artinya bahwa layanan e-channel memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat cabang karawang.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.
Nilai Koefisien Determinasi

R.Square
0,664

Sumber: Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan nilai yang tercantum di atas, R. Square sebesar 66% menunjukkan bahwa variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 66% terhadap penelitian, sementara 33% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti. Meskipun demikian, nilai sebesar 66% ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dianggap baik karena memiliki kontribusi yang signifikan, melebihi ambang batas 50% yang umumnya digunakan sebagai indikator kualitas variabel dalam analisis statistik.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,01, lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. Ini menegaskan bahwa layanan e-channel di Bank Muamalat memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabahnya. Penggunaan efektif layanan e-channel berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan nasabah dengan

menyediakan inovasi digital dan kemudahan akses yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Layanan seperti Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking memberikan fleksibilitas, kenyamanan, serta keamanan dalam melakukan transaksi perbankan, aspek yang sangat diapresiasi oleh nasabah.

Efek dari temuan ini adalah meningkatnya loyalitas nasabah dan penurunan potensi perpindahan mereka ke bank lain. Selain meningkatkan kepuasan nasabah, layanan e-channel yang efektif juga memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, serta meningkatkan reputasi bank di pasar. Bank Muamalat harus terus berinovasi dengan mengembangkan fitur-fitur baru dalam layanan e-channel untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Penting juga untuk memastikan keamanan sistem yang terjamin dengan melakukan pembaruan secara berkala, serta memastikan bahwa platform digital mudah digunakan dan selalu tersedia untuk semua nasabah.

Rekomendasi yang dapat diambil antara lain adalah mengembangkan fitur-fitur baru yang relevan seperti layanan chatbot, analisis pengeluaran, dan notifikasi real-time. Bank juga perlu aktif dalam mengumpulkan umpan balik dari nasabah untuk memahami lebih dalam kebutuhan dan preferensi mereka, serta untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Melakukan program edukasi dan pelatihan bagi nasabah untuk memaksimalkan penggunaan layanan e-channel juga penting (Budianto & Dewi, 2023). Dengan langkah-langkah ini, Bank Muamalat dapat terus meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin ketat, keberhasilan Bank Muamalat dalam memanfaatkan e-channel tidak hanya berdampak pada kepuasan nasabah, tetapi juga pada pertumbuhan bisnis dan reputasi mereka. Inovasi terus-menerus dalam teknologi dan layanan menjadi kunci utama untuk menjaga relevansi bank di era digital ini. Dengan menjaga fokus pada pengembangan dan peningkatan layanan e-channel, Bank Muamalat dapat memastikan bahwa mereka tetap menjadi pilihan utama bagi nasabah yang mencari kemudahan, keamanan, dan kualitas dalam layanan perbankan.

Secara keseluruhan, penerapan yang efektif dan strategis terhadap layanan e-channel tidak hanya memenuhi ekspektasi nasabah saat ini, tetapi juga mempersiapkan Bank Muamalat untuk menghadapi tantangan masa depan. Dengan terus memperbaiki layanan dan menjaga komitmen pada keamanan dan kepuasan nasabah, bank dapat membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang mereka di pasar yang kompetitif dan dinamis (Susanto, 2014).

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan e-channel di Bank Muamalat Cabang Karawang memiliki dampak positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hasil pengujian hipotesis menegaskan hal ini (signifikansi 0,01). Nasabah sangat menghargai kemudahan, kenyamanan, dan keamanan layanan seperti Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking. Selain meningkatkan kepuasan, layanan e-channel juga berperan dalam memperkuat loyalitas nasabah dan mengurangi kemungkinan perpindahan ke bank lain. Bank Muamalat perlu terus berinovasi dalam teknologi dan layanan, sambil memastikan keamanan sistem yang baik dan mendengarkan umpan balik nasabah untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Namun, penelitian ini terbatas karena hanya menganalisis satu variabel atau sebagian kecil populasi nasabah, yang membatasi generalisasi temuan terhadap keseluruhan nasabah Bank Muamalat Cabang Karawang. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel atau menggeneralisasi temuan ini untuk mendapatkan

pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh layanan e-channel terhadap kepuasan nasabah di bank ini.

REFERENSI

- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pemetaan topik penelitian seputar Corporate Social Responsibility (CSR) pada perbankan syariah dan konvensional: studi bibliometrik VOSviewer dan literature review.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 353-366.
- Hayati, I., & Siregar, Y. Y. Y. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 234-250.
- Jauhariyah, N. A., Fitria, K., & Mahmudah, M. (2020). Kontribusi Marketing Syariah dan Citra Lembaga Dalam Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Istiqro*, 6(1), 11-26.
- Menne, F. (2023). Inovasi dan Literasi keuangan Syariah bagi Pelaku UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1111-1122.
- Rathore, S., Sharma, P. K., Loia, V., Jeong, Y. S., & Park, J. H. (2017). Social network security: Issues, challenges, threats, and solutions. *Information sciences*, 421, 43-69.
- Salis, M. I., Rafif, M. W., & Ardiansyah, R. (2024). Analisis Sistem Informasi Website E-Campus UNSIKA dengan Pendekatan EUCS. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 390-396.
- Sidh, R. (2013). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 19-29.
- Susanto, A. (2014). Pelayanan Customer Relations Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah PT BTN Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Malang. *Sinteks: Jurnal Teknik*, 3(1).
- Suwarjono, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Di Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 270-280.
- Syakarna, N. F. R. (2023). Peran Teknologi Disruptif dalam Transformasi Perbankan dan Keuangan Islam di Indonesia. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 12(1), 76-90.